

BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA

AGENCIAS DE VIAJES



El progreso
es de todos

Mincomercio





Colombia Productiva

PRODUCTIVIDAD • CALIDAD • VALOR AGREGADO

Somos su aliado para producir más,
con mejor calidad y mayor valor agregado.



El progreso
es de todos

Mincomercio

SOCIALIZACIÓN DE LAS GUÍAS DE BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN NATURALEZA - 2020

AGENDA

PRESENTACIÓN Y BIENVENIDA	Presentación de los objetivos de la socialización y bienvenida por parte de las instituciones líderes del Convenio
LAS PRÁCTICAS EN LA COTIDIANIDAD	Ejercicio práctico para introducir el webinar , tomando como referencia elementos cotidianos alrededor de las prácticas y los hábitos según los participantes
REFLEXIONANDO SOBRE LAS BUENAS PRÁCTICAS	Actividad participativa , donde los asistentes relacionan el concepto de buena práctica a su ejercicio como prestadores de servicios turísticos.
LAS GUÍAS COMO HERRAMIENTA ORIENTADORA PARA LA APLICACIÓN	Presentación de la guía de Buenas Practicas en sostenibilidad reconociendo la estrcutura y sus componentes
CASOS EXITOSOS	Invitado especial , el cual a través de su experiencia socializará las practias más relevantes implementadas en su ejercicio como prestador de servicios turisticos.
CIERRE	Cierre y despedida

ESTRUCTURA - GUÍAS BP EN SOSTENIBILIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS EN NATURALEZA

PROPÓSITO

Herramienta que permita **adoptar prácticas de gestión** sostenible y orientar **la prestación** de servicios turísticos, con prácticas **sencillas y efectivas** que generen mayor **productividad y competitividad**.

MARCO

Enfocado a prestadores del servicios de **Turismo de Naturaleza**

PRESTADORES

Guía BP para prestadores de servicios en turismo de naturaleza (General) - ●

- Alojamiento y servicios de hospedaje -
- Restaurantes o establecimientos de gastronomía -
- Agencias de viajes y turismo, agencias VTs y operadoras de turismo -
- Guías de turismo -
- Transporte -

4 Criterios del Consejo Global del Turismo sostenible



GESTIÓN

Gestión empresarial y administrativa,



AMBIENTAL

Beneficios para el ambiente y minimización de impactos negativos



CULTURAL

Beneficios, protección y mantenimiento del patrimonio cultural



SOCIAL Y ECONÓMICO

Beneficios sociales y económicos para la comunidad

Momentos según la prestación del servicio turístico

1. PLANEACIÓN
2. PRESTACIÓN
3. CONTROL



AGENCIA DE VIAJES

INTRODUCCIÓN

CÓMO USAR ESTA GUÍA

CAPÍTULO 1 CONCEPTOS GENERALES

- 1.1. Turismo Sostenible
- 1.2. Turismo Comunitario
- 1.3. Negocios Verdes
- 1.4. Turismo de Naturaleza
- 1.5. Productos complementarios al Turismo de Naturaleza
- 1.6. Prestadores de Servicios Turísticos de Naturaleza

CAPÍTULO 2: BUENAS PRÁCTICAS



CAPÍTULO 3 HERRAMIENTAS & RECURSOS

- 3.1. Certificación
- 3.2. Casos Exitosos
- 3.3. Recursos en la Web

DOCUMENTOS DE CONSULTA & REFERENCIA

Bioseguridad y enfermedades infectocontagiosas

Temáticas

1 Diseño / Remodelación / Puesta en marcha

Planeación desde el entorno y las relaciones comunitarias y el equipo de trabajo. Considerar los POT para construcciones y remodelaciones. Seguir aspectos legales

2 La empresa / Las áreas de funcionamiento

Áreas de funcionamiento / medidas de ahorro / contratación de personal / relaciones con la comunidad / dinámicas de articulación al interior y exterior del negocio

3 Desarrollo del trabajo en equipo

Necesidades de equipo de trabajo / valoración, orientación y capacitación

4 Desarrollo de productos y servicios

Productos responsables con el patrimonio / condiciones del entorno, la seguridad, e inclusión de la cultura local.

5 Análisis del mercado y comercialización

Factores (entorno, consumidor y competencia) / El cliente

6 Análisis de resultados y evaluación de metas

Sistemas que miden efectividad / procesos, servicios, /percepción

BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA

AGENCIAS DE VIAJES



El progreso
es de todos

Mincomercio



1 | CONCEPTOS GENERALES



Nevado del Tolima - PNN Los Nevados

Carlos Rosero



TURISMO SOSTENIBLE

Es aquel en el que el patrimonio natural y cultural, además de ser la base del desarrollo de la actividad y la razón por la cual el turista realiza su viaje, deben ser, en sí mismos, objetos por conservar y proteger, no sólo para que la actividad se mantenga, sino también para garantizar su conservación en el tiempo y permitirle a una sociedad que su descendencia pueda disfrutar de los mismos beneficios naturales, culturales y económicos. Por eso su propósito es promover el manejo de todos los recursos mientras se mantienen las bases culturales y la diversidad biológica y ecológica de los sistemas que sustentan la vida.

La **Política de Turismo Sostenible en Colombia**, por su parte, también busca proporcionar una orientación estratégica a largo plazo del sector, articulando el crecimiento económico y sociocultural con la protección de los ecosistemas estratégicos y el capital natural que hacen parte de los atractivos turísticos y de las fuentes de ingreso que sustentan el desarrollo del país. En este sentido, la sostenibilidad se considera un pilar central y un factor de impulso turístico y de competitividad a nivel global: es necesaria para desarrollar, consolidar y posicionar el sector, haciendo frente al reto de controlar, mitigar y compensar la huella ambiental que generan las actividades.

La política, entonces, aborda y sustenta el fortalecimiento y la operación del turismo sostenible sobre los siguientes temas centrales:

- Fortalecimiento de la gobernanza.
- Información para el desarrollo de la actividad.
- Gestión eficiente de la energía.
- Ahorro y uso racional del agua.
- Manejo responsable de los residuos sólidos.
- Tratamiento de las aguas residuales.
- Mitigación de la contribución del turismo al cambio climático.
- Protección de la biodiversidad y los ecosistemas.
- Fomento de una demanda responsable.

Estos puntos deben entenderse como parte de un proceso continuo, que implica la interacción de cuatro líneas estratégicas: la operación planificada, la gestión de los destinos desde la planificación y la gobernanza, los comportamientos sostenibles de los turistas, y la apropiación y participación de las comunidades locales.

TURISMO COMUNITARIO

Se desarrolla en zonas rurales o urbanas y posibilita la oferta de servicios turísticos involucrando a la comunidad local de manera organizada en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo de un territorio (Viceministerio de Turismo, 2012). Este concepto pone especial énfasis en la vinculación de los aspectos sociales y ambientales de una zona y refuerza la importancia de la articulación y el empoderamiento de las comunidades (OMT, 2019), abriendo la oportunidad para el acceso a incentivos y el beneficio de la población en general a través de acciones como el financiamiento de infraestructura local o el apoyo a procesos de emprendimientos participativos que generan empleo e ingresos, y para la consolidación de una oferta de productos de diversa índole que permita la autonomía territorial (Ley 2068 de 2020, artículo 17).



Camino Real
Rafael Serrano Esguerra



NEGOCIOS VERDES

El turismo de naturaleza se ha convertido en una alternativa económica para los habitantes de muchas regiones del país, dado que cumple con todos los criterios requeridos para considerarlo un negocio verde, entendido como "Aquellas actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio" (Ministerio de Ambiente, 2014, p.53). En este contexto, el ecoturismo se enmarca dentro de la modalidad de turismo de naturaleza, como uno de los principales productos en la categoría de negocios verdes.

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible establece, en el Plan Nacional de Negocios Verdes (2014), 12 criterios que orientan los principios fundamentales para consolidar un negocio verde:

- Viabilidad económica.
- Impacto ambiental positivo: bajo estrategias de conservación, investigación, monitoreo e interpretación.
- Enfoque de ciclo de vida: contempla alianzas con proveedores,

diseño de producto, capacidad de carga y guías certificados.

- Vida útil: establece el mantenimiento de instalaciones y un plan de inversiones.
- No uso de materiales peligrosos.
- Reciclabilidad de materiales.
- Uso eficiente y sostenible de los recursos.
- Responsabilidad social al interior de la empresa.
- Responsabilidad social y ambiental en cadena de valor.
- Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
- Comunicación de atributos sociales y ambientales.
- Esquemas, programas y reconocimientos ambientales o sociales.

Estos criterios encuentran una aproximación y se vinculan, desde su concepción, con las buenas prácticas sostenibles asociadas al turismo de naturaleza planteadas en la presente guía.

TURISMO DE NATURALEZA

Como lo ha establecido el gobierno nacional en el **Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, “Turismo: El propósito que nos une”**, uno de los objetivos para este periodo es mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico, partiendo de estrategias que fortalezcan la productividad, el posicionamiento nacional e internacional, la corresponsabilidad entre actores y la generación de valor, dentro de una ruta orientada por las siguientes estrategias:

- Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
- Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.
- Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
- Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
- Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
- Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

La **Política Nacional de Turismo de Naturaleza**, define este tipo de turismo como aquella actividad económica “cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad” (Política Nacional de Turismo de Naturaleza, 2012, p.12).

De esta manera, el **turismo de naturaleza** enmarca todos aquellos subproductos turísticos que se desarrollan en áreas naturales y se puede dividir en tres subcategorías:

ECOTURISMO

Es el turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable frente al ecosistema y el bienestar de la comunidad local.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL TURISMO DE NATURALEZA

También quedan enmarcadas como productos complementarios al turismo de naturaleza aquellas otras actividades turísticas que se desarrollan en escenarios naturales pero que por reglamentación pertenecen a otras tipologías o clasificaciones del turismo, tales como:

- **Turismo cultural:** promueve el conocimiento de culturas vivas o del pasado, en las que se encuentran bienes, manifestaciones o intangibles que expresan una identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. En esta práctica turística, la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico (OMT, 2020).
- **Turismo científico:** promueve experiencias de profundización en conocimientos con valor para la ciencia. Estas experiencias requieren el apoyo de científicos o personal especializado, como guías entrenados para lograr el objetivo de conocimiento. Por su parte, el **turismo científico de naturaleza** se basa en la gestión del conocimiento que promueven la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y la participación activa de la comunidad local, permitiendo el descubrimiento del territorio, los modos de vida y el capital natural y social. Además, integra la investigación participativa para identificar, generar, acumular, salvar, recuperar y distribuir conocimiento tradicional y académico sobre la biodiversidad en el territorio (Antonio dos Anjos et al., 2011).
- **Turismo de bienestar:** promueve las actividades relajantes, pasivas y deportivas en medio de ecosistemas conservados, con el fin de obtener condiciones de paz, tranquilidad y reparación que contribuyan a la curación, mejora estética, bienestar y prevención de enfermedades.
- **Turismo deportivo:** Actividad turística en la que el principal motivo consiste en presenciar o participar de un evento deportivo o practicar una disciplina deportiva en escenarios al aire libre o encubierto, bien sea dentro de espacios urbanos y acondicionados especialmente para tal efecto, o dentro de espacios naturales en aire, tierra o agua, según sus modalidades (Ley 2068 de 2020, artículo 3).

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

Los prestadores de servicios turísticos de naturaleza son todas aquellas personas naturales o jurídicas que habitualmente proporcionan, intermedian o contratan directa o indirectamente con el turista la prestación de bienes y servicios turísticos dentro de un área con atractivo natural especial, que se encuentran inscritos en el Registro Nacional de Turismo y que cumplen con los requisitos de sostenibilidad del destino.

A continuación se definen algunos de los principales prestadores de servicios turísticos que operan en los diferentes destinos naturales del territorio colombiano de acuerdo a la reglamentación nacional:

- **Alojamiento y servicios de hospedaje:** es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación, y servicios básicos o complementarios, o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.
- **Transporte:** es aquel servicio de alquiler de vehículos, con o

sin conductor, desarrollado como parte de la actividad turística que opere utilizando sistemas y combustibles del menor impacto ambiental posible (sonoro, atmosférico y terrestre), de conformidad con las normas que regulen la materia, y que se presta bajo la responsabilidad de una empresa legalmente constituida para tales fines y debidamente habilitada en esta modalidad.

- **Restaurantes o establecimientos de gastronomía:** se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares, aquellos establecimientos comerciales, en cabeza de una persona natural o jurídica, cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, pueden prestar otros servicios complementarios.
- **Agencias de viajes y turismo (vts, operadoras y mayoristas):** son las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas inscritas en el Registro

Nacional de Turismo, y que, debidamente autorizadas, se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios (Ley 300 de 1996 o Ley General de Turismo). Dentro de las agencias de viajes tenemos a las agencias de viajes y turismo propiamente dichas, que se dedican profesionalmente a vender, operar y organizar planes turísticos; a las agencias de viajes operadoras, que se dedican profesionalmente a operar planes turísticos, y a las agencias mayoristas, que se dedican profesionalmente a programar y organizar planes turísticos (Mincit, Decreto 502 de 1997).

- **Guías de turismo:** son las personas naturales, nacionales o extranjeras, que prestan servicios en guionaje turístico, cuyas funciones son orientar, conducir, instruir y asistir al turista, viajero o pasajero durante la ejecución del servicio contratado.

Para efecto de las dinámicas actuales en cuanto a la comercialización y oferta al público de la actividad turística, es importante contar con las siguientes definiciones:

- **Plataforma electrónica de servicios turísticos:** es aquella que permite a los turistas buscar y encontrar un servicio turístico en su destino de viaje, contactarse con el prestador, reservar y/o pagar por el servicio. Intermedia entre el turista y el prestador de servicios y cobra una comisión, remuneración o tarifa de uso al prestador o al turista, o a ambos (Ley 2068 de 2020, artículo 3).
- **Operador de plataforma electrónica o digital de servicios turísticos:** es una persona natural o jurídica que administra, opera o representa una plataforma electrónica o digital de servicios turísticos (Ley 2068 de 2020, artículo 3).

Los prestadores de servicios en turismo de naturaleza son responsables de que tanto clientes como proveedores cumplan las normas de operación locales y de que el personal con el que trabajan esté debidamente capacitado y autorizado para desarrollar las funciones a su cargo, según la legislación vigente. Igualmente, deben velar por que los turistas conozcan los principios fundamentales que rigen la actividad turística y las normas del lugar visitado.

2 | BUENAS PRÁCTICAS

Camino Real
Rafael Serrano Esguerra 



LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

Si en una palabra se pudiera definir lo que representa una agencia de viajes para sus clientes, seguramente esa palabra sería confianza.

Y es que es eso lo que generalmente buscan las personas cuando se acercan este tipo de operador turístico para contratar sus servicios, dada la necesidad de asesorarse y orientarse con personas expertas para realizar una actividad de la que no quieren o no pueden tener total control.

La historia de este tipo de servicios comenzó a mediados del siglo XIX, cuando Thomas Cook, residente de Leicester, Inglaterra, con el fin de motivar a los miembros de su comunidad a participar en un congreso en la cercana ciudad de Loughborough, contrató un

tren para realizar el viaje de ida y regreso y con esto les evitó a los interesados la "molestia" de buscar los horarios de viaje y los pasajes, comprarlos, etc. Thomas se ocupó de organizarlo todo, y 540 personas "contrataron el servicio". Thomas no buscaba ganancias económicas con la operación, pero se dio cuenta del potencial empresarial de lo que acababa de realizar; más adelante fundó la primera agencia de viajes del mundo, desencadenando así lo que es una de las industrias más importantes hoy en día: el turismo.



FORMALIZACIÓN

1

Las condiciones y requisitos de formalización se basan en tres pasos fundamentales:

Registro de la agencia de viajes ante la DIAN. Para empezar el proceso de los trámites oficiales, primero registre su empresa ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

- Diligencie el pre-Registro Único Tributario (RUT). Ingrese a la página web de la DIAN y diríjase al enlace “inscripción del RUT”. Para la opción “tipo de inscripción” escoja “cámara de comercio.” [9]

2

Registre la empresa en la cámara de comercio de su jurisdicción. Después registre su agencia de viajes ante la cámara de comercio de la jurisdicción en donde va a funcionar.

- Presente ante la cámara de comercio el pre-RUT de la DIAN previamente diligenciado para que le asignen el número de NIT ante la Cámara de Comercio.
- También debe formalizar la matrícula mercantil, con la cual podrá acreditar su condición de comerciante frente a la cámara de comercio de la jurisdicción.
- Cerciórese que la actividad comercial y/o el objeto social de la empresa incluyan actividades turísticas.

3

Diligencie el Registro Nacional de Turismo (RNT). El RNT es un registro público al cual se deben inscribir todos los prestadores de servicios turísticos que funcionen en Colombia. Este registro es de carácter obligatorio y debe actualizarse cada año.

- El proceso de expedición del RNT se puede hacer fácilmente en línea.
- Es importante que renueve su registro anualmente y dé aviso a las autoridades si va a suspender o cancelar su prestación de servicios, ya que puede sufrir sanciones si no lo hace.

LA EMPRESA - LAS ÁREAS DE FUNCIONAMIENTO

La manera en que un negocio se organiza y la forma en que establece unas áreas específicas de funcionamiento facilitan o dificultan su desarrollo.

Por pequeño que sea, un negocio contempla diferentes líneas de funcionamiento: áreas administrativas, operativas, de control; zona de recepción, sala de espera, oficinas, etc. Desde cada una de ellas se pueden establecer buenas prácticas.

Administrativamente se pueden contemplar medidas de ahorro de energía, agua y recursos en general. En la operación, los impactos pueden ser muchos mayores, generando condiciones apropiadas para mantener la salud y la prevención de riesgos biológicos (infectocontagiosos), físicos y químicos derivados de las actividades turísticas.

Desde las diferentes áreas de la empresa se establecen las relaciones y las características de esas relaciones con los empleados, la

contratación y el personal. De ahí la importancia de la inclusión social, así como el respaldo por la igualdad de género, que se manifiesta desde la asignación de labores según competencias y bajo políticas de remuneración equitativa para hombres y mujeres. Esto sienta las bases de las relaciones con la comunidad, que son fundamentales para que el proyecto realmente sea exitoso.

Desde la administración, una agencia de viajes puede relacionarse con su entorno y generar dinámicas que lo articulen con un proyecto turístico. Las buenas prácticas en este punto establecen las relaciones concretas al interior y exterior de la empresa y lo van posicionando como una iniciativa de negocio verde.



10. Constituya su empresa legalmente. Revise y aplique la normatividad ambiental y fiscal vigente.



11. Obtenga la certificación de un órgano de inspección/certificación nacional o internacional y el sello de bioseguridad para generar confianza entre los viajeros que utilizan servicios turísticos. Las certificaciones y sellos son evaluaciones objetivas de las actividades desarrolladas. Se recomienda que acceda al esquema colombiano de certificación de turismo sostenible, desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



12. Prohíba explícitamente y prevenga, a través de programas de capacitación y campañas, la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes. Informe a sus proveedores y clientes sobre su compromiso y denuncie sobre situaciones de riesgo o lugares sospechosos y/o conocidos como puntos de explotación. Exija documentación de los niños y prueba a los padres o tutores al usar el servicio. No utilice piezas de comunicación que exponga a los niños y niñas como atracciones turísticas.



13. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento. Cuenten con un programa de mantenimiento preventivo y un plan de limpieza con protocolos de desinfección en oficinas, áreas comunes y operativas, unidades de transporte y equipos. En este sentido, se recomienda que tenga una sencilla lista de chequeo para comprobar periódicamente el estado de la infraestructura y las acciones de mantenimiento requeridas y realizadas.



14. Determine claramente la estructura organizacional de la empresa, por áreas o departamentos: gerencia, administración, comercial y operaciones, por ejemplo, y asigne responsables idóneos a cada uno de ellos. Diseñe políticas según cada área de la empresa para orientar las acciones y actividades. Cuenten con una política de la gestión administrativa, de sostenibilidad, financiera y de calidad.



-  **15. Elabore un perfil de su equipo de trabajo**, que incluya la descripción de cada cargo, sus funciones y responsabilidades y las calificaciones necesarias para el puesto en lo que respecta a nivel profesional y experiencia. 
-   **16. Cuente con un plan de contingencias para atender emergencias** (por ejemplo, con instrucciones para seguir en caso de evacuación). No olvide contar con un botiquín acondicionado para accidentes laborales y emergencias médicas básicas. Evalúe periódicamente los riesgos físicos, ambientales, sociales y de salubridad de su iniciativa. Establezca un protocolo de seguridad y bioseguridad. Puede contar con una persona de su equipo como responsable de la gestión del riesgo, una de cuyas labores será definir estrategias para el abordaje en términos higiénico-sanitarios y demás situaciones que se presenten. 
-   **17. Cuente con al menos una persona que domine un segundo idioma.** Adicionalmente, capacite al personal en los idiomas predominantes entre los turistas recibidos. 
-   **18. Promueva la inclusión social y el respeto por los derechos humanos**, independientemente de edad, religión, género, grupo étnico, discapacidad, orientación sexual y posición económica. Propicie puestos de trabajo dentro de las áreas de la empresa. 
-   **19. Promueva la igualdad de género**, favoreciendo la participación equilibrada de mujeres y hombres para ocupar puestos de mando y de dirección y con igual remuneración según el cargo. No asigne tareas según estereotipos sino según las competencias, aptitudes y aspiraciones de las personas. Suspense el lenguaje discriminatorio y propicie el empleo a mujeres de la comunidad para su autonomía económica y el desarrollo local. 

3 | HERRAMIENTAS Y RECURSOS

Camino Real
Rafael Serrano Esguerra 



CERTIFICACIÓN

¿QUÉ ES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CERTIFICACIÓN?

La certificación es un trabajo voluntario en el cual las agencias de viajes pueden garantizar al público general que los procesos, productos o servicios de los prestadores de servicios turísticos cumplen con estándares nacionales o internacionales en temas como calidad, sostenibilidad y bioseguridad, lo cual promueve el fortalecimiento y el desarrollo de la imagen, el desempeño, la productividad, la competitividad y la rentabilidad, porque:

- Optimiza el grado de credibilidad y confianza de los clientes y proveedores.
- Mejora el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Ayuda a diferenciarse del resto de empresas.
- Permite acceder a nuevos mercados.
- Permite medir los procesos para mejorarlos o corregirlos.
- Motiva a mejorar el desempeño cada día.
- Ayuda a reducir los costos mejorando los niveles de eficiencia.
- Aumenta el valor comercial de la empresa a través de su *know-how* y *goodwill*.
- Es un proceso formativo para todos los integrantes de una empresa.
- Ayuda a proteger el ambiente, la cultura, la sociedad y la economía del destino y la sostenibilidad propia.
- La certificación se da por un periodo determinado con opción de renovación, siempre y cuando se cumplan los criterios establecidos por el dueño del esquema de certificación.

TIPOS DE CERTIFICACIÓN

A la hora de decidir certificarse es importante identificar los tipos de certificación que existen tanto a nivel nacional como a nivel internacional, ya que esto facilita elegir qué se va a certificar, bien sea los procesos, productos o servicios, o decidir el desempeño y alcance que se pretende tener. Existen cuatro tipos de certificación:

- **Certificación del sistema de gestión.** Asegura que el funcionamiento de la empresa para la prestación de los servicios se enmarca en planear, hacer, controlar y actuar, mejorando los aspectos que influyen en la satisfacción del cliente y el logro de los resultados deseados.
- **Certificación de procesos.** Asegura el establecimiento de un sistema que documenta y permite el análisis para la mejora continua de la calidad o el rendimiento de la empresa.
- **Certificación de productos o servicios.** Asegura que lo que se está ofreciendo cuenta con

un buen nivel de calidad y de responsabilidad con la sociedad, la cultura, el ambiente y la economía.

- **Certificación del desempeño.** Cuenta con unos criterios base a partir de los cuales se mide la manera como se han venido cumpliendo los avances y el progreso, lo cual permite hacer comparaciones de una empresa a otra y saber cuál realiza una mejor gestión a nivel social, cultural, ambiental y económico.

De igual forma, se debe tener en cuenta que estos tipos de certificación tienen dos formas de calificación: por aprobación/reprobación o por niveles, en función del número de criterios cumplidos. En este caso, la certificación puede ocupar un nivel bajo, medio o alto.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que para las empresas con buen desempeño existen las ecoetiquetas, que son premios otorgados cuando no sólo cumplen con los requisitos exigidos por la certificación, sino que superan los estándares. Estas ecoetiquetas son un reconocimiento adicional a su buen desempeño.

CÓMO ELEGIR UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN

Para elegir un programa de certificación es fundamental conocer las empresas certificadoras acreditadas a nivel nacional e internacional, el tipo de certificación que ofrecen y los criterios o estándares sobre los cuales basan sus certificaciones, pues hay una gran variedad de empresas y criterios (tenga en cuenta que certificación no es lo mismo que acreditación: una empresa tiene que estar acreditada para prestar servicios de certificación a otras empresas cuando se trata de estándares oficiales de un país).

Adicionalmente, es importante prestar atención a los valores agregados que otorga el programa de certificación elegido para que ayuden a destacar y obtener reconocimiento en el mercado.

La certificación se da por un periodo determinado con opción de renovación, siempre y cuando se cumpla con los criterios establecidos por la certificadora correspondiente.



Camino Real
Rafael Serrano Esguerra 

CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA

La organización que controla y acredita a las empresas que prestan servicios de certificación en Colombia es el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC), y su labor se basa en los criterios de evaluación o directrices de sostenibilidad que se encuentran establecidos en las normas técnicas sectoriales (NTS) o colombianas (NTC). Las normas son elaboradas por el Organismo Nacional de Normalización (Icontec) y las Unidades Sectoriales de Normalización del sector para alojamientos, restaurantes, guías de turismo, agencias de viajes, transporte, tiempo compartido y turismo sostenible. El ONAC actualiza periódicamente el listado de empresas certificadoras acreditadas, que puede consultarse en la página:

- <https://onac.org.co/directorio-de-acreditados>

Las normas son elaboradas por el Organismo Nacional de Normalización (Icontec) y consultadas con las entidades y gremios pertinentes a cada prestador para acordar los estándares que se convierten en requisito al momento de obtener una certificación. Para las agencias de viajes aplican las siguientes normas técnicas sectoriales:

- NTS AV01. Reservas en agencias de viajes, 2003
- NTS AV02. Atención al cliente en agencias de viajes, 2014
- NTS AV03. Infraestructura en agencias de viajes, 2002

- NTS AV04. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003
- NTS AV05. Agencias de viajes normas de competencia laboral, asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004
- NTS AV06. Agencias de viajes normas de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes, 2014
- NTS AV07. Normas de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2014
- NTS AV08. Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes, 2006
- NTS AV09. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007

Las normas técnicas colombianas aplicables a los servicios de agencias de viajes tienen como propósito ofrecer una herramienta de gestión para la implementación de buenas prácticas y lograr los objetivos de desarrollo sostenible para el sector turístico.

Con el fin de fomentar los procesos de certificación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó la Marca de Certificación de Calidad Turística Colombiana, un sello distintivo de calidad al que empresas y destinos pueden acceder una vez hayan sido certificados con la

respectiva NTS o NTC, y que sirve como herramienta de promoción y reconocimiento para quienes buscan aumentar su competitividad. También existe el Sello Ambiental Colombiano, un distintivo que portan los productos y servicios que cumplen con los criterios ambientales exigidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Adicionalmente, en 2020 se creó el Check in certificado, un sello que certifica que los prestadores de servicios turísticos cumplen con los criterios de bioseguridad.

Por su parte, la modificación de la ley 2068 de 2020, establece el Sello de Accesibilidad e Inclusión Universal, que reconoce a los prestadores de servicios turísticos que incluyan dentro de su personal a personas con discapacidad, remuevan barreras de acceso y permitan disfrutar de los servicios de turismo a personas con alguna discapacidad. Este sello es renovable anualmente y está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Para mayor información, consulte:

- www.calidadturistica.gov.co
- www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19
- bioseguridad.mincit.gov.co
- <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Internacionalmente, el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) establece, en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, los lineamientos básicos para la certificación de la industria turística, bajo cuyos estándares los organismos de certificación (CB) reconocidos por el GSTC certifican a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento, agencias operadoras y destinos turísticos.

Las empresas acreditadas para certificar bajo los estándares del GSTC se pueden consultar en:

- <https://www.gstccouncil.org/certificacion/organismosdecertificacion-acreditados/?lang=es>

Además de las empresas certificadoras que hacen parte del GSTC, existen otras con gran reconocimiento internacional en este tipo de procesos dirigidos a operadores turísticos, como EarthCheck, Travelife, Rainforest Alliance, y TourCert.

■ MONTAÑAS COLOMBIANAS



Operador receptor de turismo de naturaleza y aventura que nació hace más de 5 años en Pereira, departamento de Risaralda, y que se extendió por el territorio nacional especializándose en hiking y trekking. Tiene sede operativa en Pereira y Salento, en pleno corazón del Eje Cafetero, y en la capital de Colombia, en Bogotá. Busca propiciar el desarrollo local a través del turismo de naturaleza y aventura, desde principios de sostenibilidad al interior de cada destino. Cuenta con la certificación en sostenibilidad de TourCert.



<https://montanascolombianas.com/>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Impulsa la formación de los guías vinculados a la empresa a través de la financiación del 50% del costo. Proyecta la consolidación de un fondo para préstamos de los empleados a una tasa de 0% de intereses, lo que impulsa el desarrollo humano. Fomenta el acceso a conocimientos y adquisición de herramientas para la prestación del servicio de los guías a través de financiación completa en cursos de primeros auxilios. Cuenta con una política interna de sostenibilidad que la ha llevado a mantener estándares de calidad.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Ha implementado acciones para la reducción de generación de basura asociada a los plásticos, incluyendo la utilización de bolsas de tela para el empaque de alimentos. Ha logrado la minimización en la producción de desechos tóxicos producidos por pilas no recargables, a través de la adquisición de un lote de baterías recargables que utiliza en los equipos operativos.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



Se ha vinculado a la dinámica social del territorio, apoyando el arreglo de los senderos y las vías que comunican una de las rutas donde opera, el Parque Nacional Los Nevados. Impulsa la economía local a través de la contratación de servicios de alimentación con proveedores locales, que con propuestas sostenibles brindan recetas de la región. Ha vinculado a la cadena de valor del turismo una iniciativa de producción artesanal y un proyecto de frutos deshidratados.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Dentro del diseño de productos, incluye mensajes interpretativos de las culturas ancestrales, según los territorios (pijaos y quimbaya), así como el reconocimiento de las características de las zonas y el reconocimiento de la información e interpretación del patrimonio cultural dentro de los guiones de los territorios donde opera. Además, vincula muestras y talleres asociadas a los oficios tradicionales de algunos pobladores, como la elaboración de ruanas y canastos.

SOUTH AMERICAN TOURS - SAT



South American Tours (SAT) opera desde 1973. Desarrolla actividades turísticas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, con el respaldo de una oficina de ventas globales en Frankfurt y una sucursal de ventas para Norteamérica. Uno de sus propósitos es acercar al viajero a la cultura de América del Sur. Ofrece tours personalizados para grupos o viajeros individuales, paquetes, viajes de incentivo o manejo de cruceros en América Latina.

Desde diciembre de 2018, todas las oficinas de SAT están certificadas por Rainforest Alliance para cumplir con los requisitos de turismo sostenible para Tour Operadores Receptores. Es la primera empresa turística certificada en Suramérica y la única en Brasil, Chile y Uruguay.



<http://www.southamericantours.de/en>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Ha implementado un cobro directo a cada pasajero, estableciendo un fondo económico para impulsar proyectos de desarrollo sostenible vinculados a Naciones Unidas, en los países donde desarrolla su actividad.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Apoya a una empresa en Perú denominada Ecosphere+, que ofrece soluciones globales para combatir el cambio climático. Tiene varias iniciativas para proteger los bosques y compensar las emisiones de carbono, como el proyecto social ubicado en el Parque Nacional Cordillera Azul, entre los Andes y la cuenca amazónica del Perú, que cubre aproximadamente 13.500 km², alberga una enorme biodiversidad y vincula a una población multicultural.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



Apoya a la Fundación Aliñambi en Conocoto, Perú. Esta fundación, que funciona como un hogar protector para niños en condiciones de vulnerabilidad, cuenta con una panadería, una carpintería, un invernadero y una escuela, donde niños y niñas reciben atención médica, apoyo psicológico, alimentación y educación.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Se articuló en Buenos Aires, Argentina, a la asociación Aproid, interesada en la conservación de algunas de las bases culturales gauchas a través de la producción de alpargatas, zapatos típicos que se utilizan en las regiones rurales desde hace más de 200 años.

YARUMO BLANCO



Asociación comunitaria ubicada en la cuenca del río Otún, departamento de Risaralda. Construida bajo los principios del ecoturismo y los lineamientos del desarrollo sostenible, desde el 2009 presta servicios en educación ambiental, hospedaje, gastronomía y actividades de esparcimiento. Implementa una apuesta clave desde el turismo comunitario que propicia la permanencia digna de los jóvenes en el territorio. Su propósito incluye el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades con acciones que incluyen la reforestación, el mejoramiento de infraestructura vial y la educación ambiental. Además impulsa el desarrollo dentro de los espacios de planeación estratégica territorial a través de la construcción del plan de ordenación y manejo de la cuenca hidrográfica del río Otún. Fortalece las capacidades de otros prestadores desde el intercambio de conocimientos de las comunidades de La Guajira, Buenaventura y Chingaza. También hace parte de la Red Nacional de Aviturismo, la Red de Turismo de Naturaleza y la red de turismo comunitario TuriCom, que vincula a Ecuador, Perú y Colombia. Cuenta con la certificación Tourcert.



<https://yarumoblanco.co>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Cuenta con una política de sostenibilidad que previene, mitiga y controla los impactos socioculturales, ambientales y económicos. Desarrolla capacitaciones con los empleados para garantizar la prestación de servicios ecoturísticos sostenibles. Se ha vinculado a programas de formación en la Estrategia Nacional de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) y ha implementado prácticas de detención en alertas tempranas. Al apoyar acciones territoriales, ha propiciado el cumplimiento de los derechos en la localidad.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Sus recorridos turísticos promueven la reflexión alrededor de la conservación de los ecosistemas y el uso sostenible de los recursos. Apoya algunos programas de Parques Nacionales Naturales enfocados al monitoreo de especies relevantes como el mono aullador, la pava caucana y la marteja. Junto a una ONG internacional, ha apoyado la conservación de aves migratorias y ha dinamizado el turismo científico. Impulsa un semillero comunitario de niños y jóvenes para permitir el relevo generacional. Con la empresa Aguas de Pereira, ha reforestado zonas afectadas por el pastoreo.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



El 50% de los insumos de su restaurante se adquieren a través de iniciativas productivas presentes en el territorio, lo que permite dinamizar la economía local de las familias campesinas del sector. El transporte es contratado en la misma localidad por conductores de la alta montaña. Las personas que hacen parte del equipo de trabajo habitan en el municipio.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Sus productos vinculan y ponen en valor las bases culturales gracias a los acuerdos adquiridos con las familias de la alta montaña para que el turista pueda hospedarse y acercarse a la cotidianidad campesina. Apoya el festival Campesino, Viento y Montaña y el Festival del Gallo Ornamental con el fin de salvaguardar el patrimonio cultural.

RECURSOS EN LA WEB

Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

<http://www.anato.org/>

Asociación Colombiana de Turismo responsable (Acotur)

<https://www.acotur.co/>

Certificación de turismo en Colombia

<https://onac.org.co/directorio-de-acreditados>

Certificación Turismo Sostenible

http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf

Certificado de calidad turística

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-turistica>

Código de Ética Mundial para el Turismo

https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37826/gcetbrochureglobalcodees.pdf

Compensación de carbono del turismo

<https://sustainabletravel.org/our-work/carbon-offsets/>

Contemplar, Comprender, Conservar: Manual ilustrado para guías de turismo de naturaleza en Colombia

<https://guianaturaleza.colombia.travel/>

Construcción Sostenible

<https://www.cccs.org.co/wp/>

Conservación Internacional Colombia

www.conservation.org.co

Criterios Globales del Turismo Sostenible

<https://www.gstcouncil.org/?lang=es>

Ecoturismo - Turismo Responsable y Sostenibilidad

<http://www.ecoturismo.org>

Innotur

<http://www.innotour.com/home/>

Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com>

Manual No deje rastro

<https://eduambiental.wordpress.com/manual-no-deje-rastro/>

Modificación Ley 300 (ley 2068 de 2020)

<https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>

Negocios verdes, inclusivos y competitivos

http://negociosverdes.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2019/03/modulo_6_nv.pdf

Normas técnicas sectoriales para agencias de viajes y sostenibilidad

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Parques Nacionales Naturales de Colombia y Sistema Nacional de Áreas Protegidas

<http://www.parquesnacionales.gov.co>

Patrimonio Cultural Inmaterial

<https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

Plan de Negocios Turismo de Naturaleza

http://www.ptp.com.co/Turismo_Naturaleza/Turismo_de_naturaleza.aspx

Planificación y Gestión del Turismo de Naturaleza - SINAP

<https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/>

Plataforma Electrónica Digital

<https://www.entornoturistico.com/travel-2-0-las-herramientas-aplicadas-al-turismo/>

Política de Turismo de Naturaleza

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza>

Política de Turismo Sostenible

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Política de Turismo Sostenible (Resumen)

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/resumen-ejecutivo-politica-de-turismo-sostenible.aspx>

Portafolio Turismo de naturaleza: Negocios verdes

<https://www.minambiente.gov.co/images/portafolio-turismo-de-naturaleza-negocios-verdes.pdf>

Sello Ambiental Colombiano

<https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19>

Sello de bioseguridad “Check in Certificado”

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sello-de-bioseguridad-check-in-certificado-turismo>



DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIAS

Reserva Natural Ucumari, Risaralda
Carlos Rosero



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS AV03. Infraestructura en agencias de viajes. Bogotá

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial NTS AV04. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial NTS-GT 005. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Norma técnica sectorial NTS AV06. Agencias de viajes. Normas de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Norma técnica sectorial NTS AV07. Normas de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). Norma técnica sectorial NTS AV08. Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Turismo: El propósito que nos une.* Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza.* Recuperado de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.* Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible.* Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza.* Recuperado de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Aviaexport y T&L. (2013). Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. Bogotá.

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Declaración de Kioto sobre turismo y cultura: invertir en las futuras generaciones*. Declaraciones de la OMT, 28 (4). Madrid, OMT. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.2019.28.04>

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid: OMT. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Organización Mundial del Turismo. (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. Madrid: OMT.

Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2010). *Guía Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Bogotá: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2013). *Guía para la planificación del ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Ediprint Ltda.

Parques Nacionales Naturales de Colombia. (s.f.). *Lineamientos ecoturismo comunitario*. Recuperado de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/Lineamientos-Ecoturismo-Comunitario-Colombia.pdf>

Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2020). *Lineamientos para la planificación y gestión del turismo de naturaleza en áreas protegidas administradas por las Corporaciones Autónomas Regionales y de desarrollo sostenible y en otras estrategias de conservación*. Bogotá: Parques Nacionales Naturales de Colombia.

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo - Turismo responsable*. Recuperado de https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/45-manual_buenas_practicas_ambientales_guia_de_turismo.pdf

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Cartilla de autoevaluación. Buenas prácticas de agencias de viajes y turismo gestión de servicio*. Recuperado de https://issuu.com/smith_huamanga/docs/cartilla_de_autoevaluacion_190707

GRACIAS



<https://www.youtube.com/watch?v=K0XylYsVzb0>



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO



OpEPA